[1] Воронов А. М., Кожуханов Н. М. От философии таможенного дела к методологии таможенного дела // Вестн. Рос. тамож. акад. 2012. № 1. С. 13.

[2] Белозерова С. В., Белозеров И. И. Проблемы определения эффективности таможенного дела: Сб. науч. тр. СевКавГТУ. Сер. Экономика. 2008. № 7.

[3] Воронов А. М., Кожуханов Н. М. Указ. соч.

[4] Шевелева Т. В., Ким Т. В. Снижение таможенных рисков предприятий рыбохозяйственной отрасли // Вестн. Рос. тамож. акад. 2011. № 4. С. 13.

[5] Там же.

[6] Развитие теории таможенного дела. Концепция формирования теории экономики таможенного дела (шифр «Экономика – ТД 2009»): Отчет о НИР (промеж.) / Науч. рук. А. Я. Черныш. Люберцы, 2010.

[7] Черныш А. Я., Гупанович Ю. Е., Курихин С. В. Содержание и структура понятия «экономика таможенного дела» // Вестн. Рос. тамож. акад. 2012. № 1. С. 7.

[8] Там же.

[9] Белозерова С. В., Белозеров И. И. Указ. соч.

[10] Черныш А. Я., Гупанович Ю. Е., Курихин С. В. Указ. соч.

[11] Там же.

[12] См.: Косенко В. П., Опошнян Л. И. Основы теории эффективности таможенного дела. М., 2005.

[13] См.: Галкин В. В. Экономика таможенного дела: Учеб. пособие для вузов. Воронеж, 2009; Косенко В. П., Опошнян Л. И. Основы теории эффективности таможенного дела. М., 2005.

[14] Струве П. Б. Первичность и своеобразие обмена и проблема «равновесия»: Ответ А. Д. Билимовичу // Экон. вестн. 1924. Кн. 3(1). С. 45.

[15] Ипполитов Л. М. Зарождение институционалистской экономической теории в России (об одной методологической дискуссии 1920-х годов // Вестн. Ин-та экономики Рос. акад. наук. 2008. № 4. С. 50.

[16] Струве П. Б. Научная картина экономического мира и понятие «равновесия» // Экон. вестн. 1923. Кн. 1. С. 16.

[17] См.: Солодовников С. Ю. Социальный потенциал Республики Беларусь: теория, методология, практика. Минск, 2009. С. 43, 103.

[18] Белозерова С. В., Белозеров И. И. Указ. соч.

[19] Там же.

[20] Там же.

[21] См.: Пригожин И., Стенгерс Э. Порядок из хаоса. М., 1986; Василькова В. В. Порядок и хаос в развитии социальных систем (Синергетика и теория социальной самоорганизации). СПб., 1999.

[22] См.: Белозерова С. В., Белозеров И. И. Указ. соч.

Поступила в редакцию 13.09.12.

Валентина Николаевна Ананьева – аспирантка кафедры «Таможенное дело» БНТУ. Научный руководитель – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и права БНТУ С. Ю. Солодовников.

АЛЬ-РОБАИ ААЛИВИ САЛЕМ КАРАР

ЭКСПАНСИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ НА БЕЛОРУССКИЙ РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Особое внимание уделяется современной тенденции расширения присутствия в Беларуси международных гостиничных операторов. Рассматриваются проблемы и перспективы заполнения ниш белорусского рынка крупнейшими гостиничными сетями.

This article focuses on the current trend to expand the presence of international hotel operators in Belarus. It is considered problems and prospects of filling the Belarus market niches by largest hotel chains.

В последние несколько лет Беларусь становится все более привлекательной для участников мирового гостиничного рынка. Гостиничный бизнес Беларуси вопреки кризисным явлениям в экономике вызывает большой интерес у представителей международных гостиничных сетей. Если одни из них пока еще «присматриваются» к белорусскому рынку гостиничных услуг, то другие уже двигаются в направлении расширения на нем своего присутствия.

Между тем в силу относительной новизны проблемы эмансипации международных сетевых корпораций на гостиничный рынок Беларуси не являются объектом пристального внимания научных кругов и анализируются преимущественно в публикациях средств массовой информации. Однако имеющаяся ситуация неадекватна ускоренному приходу сетевых форм гостиничного бизнеса в Беларусь и возрастанию в последние годы его инвестиционной привлекательности.

Характерной особенностью гостиничного рынка Республики Беларусь в 2011 г. было практически полное отсутствие международных гостиничных сетей. Из 325 функционирующих в мире гостиничных операторов в Беларуси представлен лишь один – Crowne Plaza Hotels & Resorts (Турция), пришедший на национальный рынок в 2008 г.[1]

Подготовка к чемпионату мира по хоккею, который пройдет в Минске в 2014 г., существенно активизировала рынок строительства гостиничной недвижимости. Им уже интересуются еще не представленные в нашей стране международные гостиничные сети. Среди них – инвесторы из

Прибалтики, Польши, Турции, арабских стран[2]. В столице Беларуси уже разрабатывают проекты по привлечению на гостиничный рынок города и страны операторов с мировыми именами, например «Кемпински», «Hyatt», «Radisson», «Hilton»[3].

Гостиничная отрасль непосредственно реагирует на увеличение числа потенциальных туристов: к мероприятию планируется построить 22 гостиницы[4], в том числе при активном содействии иностранных инвесторов. Общая сумма вложений, которая будет привлечена в гостиничный сектор Минска, уже составила 4 трлн белорусских рублей[5].

Интерес иностранных гостиничных сетей к Беларуси как перспективному региону для экспансии вполне закономерен. Одной из главных причин лояльности к национальному рынку является потенциал развития гостиничного бизнеса в республике.

Большинство международных гостиничных сетей расположено в странах, имеющих в избытке туристские ресурсы и испытывающих «насыщение» гостиничным предложением. В связи с этим международные операторы вынуждены экспортировать гостиничные услуги на «малоконкурентные» рынки. По показателю емкости номерного фонда и уровню развития гостиничного хозяйства Беларусь существенно уступает европейским странам. На сегодняшний день внутренний рынок Беларуси испытывает дефицит качественного предложения и предложения в целом. В частности, потребность Минска в гостиничных местах существенно превышает их наличие: в столице действуют 28 гостиниц с возможностью размещения 5,5 тыс. чел.[6] Так, для сравнения: в Варшаве, которая сопоставима с Минском по многим параметрам, функционируют 129 гостиниц[7].

Среди других факторов, привлекающих международные гостиничные сети на белорусский рынок, выделяются следующие: рост международных деловых связей между Беларусью и другими странами, а также внутри страны; укрепление ее позиций на мировой арене; привлекательный инвестиционный климат; высокая степень возвратности инвестиций; интерес туристов из других государств к объектам истории, культуры и отдыха в Беларуси; гарантированная долгосрочными контрактами на управление и франчайзинга высокая доходность гостиничной недвижимости.

Заинтересованность гостиничного оператора, как и любого инвестора, в создании и развитии бизнеса в Беларуси приобретает форму инвестиционного решения только при предварительной комплексной оценке макроэкономических рисков. Первостепенное значение для принятия международными гостиничными сетями решения о выходе на белорусский рынок имеют такие факторы, как стабильность экономической ситуации, в частности банковской сферы, степень платежеспособности государства, наличие преференций, налогового и административного льготирования, рыночные перспективы и долгосрочные выгоды, прозрачная схема взаимодействия с девелопером и, конечно же, конкурентоспособность среди иных организаций гостиничного бизнеса.

Анализ проектов гостиничных комплексов, строящихся в Беларуси за счет средств зарубежных инвесторов, позволяет выявить характерные особенности политики мировых игроков гостиничного бизнеса при выходе на белорусский рынок.

Во-первых, следует отметить, что международные операторы отдают предпочтение строительству новых гостиниц. Ими не рассматриваются в качестве альтернативных такие объекты инвестирования, как санатории, лагеря, дома отдыха, нуждающиеся в капитальном ремонте, модернизации или функциональной реконструкции. Данный выбор обусловлен самой природой гостиничной сети, стремлением к соответствию единым высоким международным стандартам. Обеспечение целостности и единства фирменного стиля входящих в мировые гостиничные сети отелей в случае реконструкции представляется затруднительным. К тому же построить новое собственное здание «с нуля» проще и в плане административных процедур, нежели перестраивать государственное, хотя и затратнее.

Во-вторых, мировые бренды занимают верхний, наиболее доходный элитный гостиничный сегмент. Несмотря на то что наиболее перспективными являются трехзвездочные гостиницы, поскольку в них нуждаются около 80 % потенциальных постояльцев, международные инвесторы проявляют интерес исключительно к строительству гостиниц премиум класса 4–5 звезд, так как они окупаются быстрее, а спрос на номера в таких отелях пока еще превышает предложение.

Что касается географического фактора, то присутствие международных сетей в Беларуси ограничивается территорией Минска. Это объясняется в первую очередь концентрацией деловой и финансовой активности в столице. Однако основной проблемой для проникновения в регионы становится неумение международных брендов адаптировать выработанные временем, но стандартизированные и обезличенные маркетинговые модели к национальным особенностям регионов. Данные стандарты не позволяют удовлетворить разнообразные требования туристов в отличие от делающих ставку на уникальность и неповторимость малых гостиниц. К тому же лишь немногие белорусские города готовы иметь пятизвездочные отели, на которые в основном ориентируются международные операторы.

Отчетливо прослеживается и такая характерная для международных гостиничных сетей черта, как предпочтение роли собственника отеля, входящего в сеть, более осторожной позиции франчайзера. Стоит признать, что такого рода опасения вовсе не беспочвенны и имеют объективные причины. Нестабильность экономической обстановки и отсутствие методов адаптации применяемых маркетинговых моделей гостиничных услуг к «национальным» заставляют международные компании, избегая траты собственных средств, дозировать свое присутствие предоставлением чужим отелям сетевых имен, управлением ими и осуществлением контроля за качеством услуг на основании договорных отношений (франшизы), за что последние должны платить фиксированный взнос (процент от прибыли).

Такое соглашение, к примеру, было заключено в апреле 2011 г. между минским отелем «Европа» и международной гостиничной сетью Warwick International Hotels, которое дает возможность отелю участвовать в каталогах, программах маркетинга и продаж, международных систем бронирования Warwick International Hotels. Кроме того, он может пользоваться именем международной отельной организации и ее логотипом, стандартами обслуживания и рядом других услуг[8].

Анализируя этот факт с точки зрения критериев, которыми руководствуется международная гостиничная сеть при выборе белорусского отеля-партнера, можно сделать вывод, что международная сеть предпочитает брать себе в компаньоны отель «по духу». Так, все отели, входящие в Warwick International Hotels, небольшие, так называемые отели-бутики, в основном категории «пять звезд» и располагаются они в исторических зданиях в центре города, чему полностью соответствует минский отель «Европа». Единственным недостатком такого сотрудничества может быть изменение ценовой политики, естественно, в сторону повышения стоимости номеров.

Наблюдается тенденция, постепенно набирающая силу, к приглашению на работу в сетевом отеле зарубежных специалистов. Ввиду стремления к поддержанию конкурентоспособных позиций и недостатка высококвалифицированных кадров, привлечение иностранных специалистов и заимствование их опыта позволяет поднять уровень гостиничного обслуживания и, следовательно, повысить рентабельность предприятия.

В современных условиях ведения бизнеса отчетливо проявляется заинтересованность девелоперов (промышленных и сырьевых холдингов) в равноправном партнерстве с международными гостиничными сетями. Это объясняется в первую очередь относительной насыщенностью других сегментов коммерческой недвижимости (торговых и бизнес-центров) при явном дефиците качественных гостиничных услуг. Открытие «высокозвездных» отелей не только положительно сказывается на статусе девелопера, но и способствует взаимовыгодному сотрудничеству.

В Беларуси ощутим недостаток квалифицированных девелоперов, способных создавать конкурентоспособные гостиничные продукты. Их деятельность носит комплексный характер и включает в себя заказ проекта, покупку или аренду земельного участка, согласование на прокладку всех коммуникаций, строительство объекта. Для успешной работы девелоперу необходима финансово-экономическая подготовка, осведомленность о юридических аспектах, знание строительных технологий, а также успешный опыт. Такие специалисты пользуются спросом на рынке труда, однако в Беларуси их крайне мало.

Присутствие международных гостиничных сетей на белорусском рынке, как, впрочем, и на любом ином зарубежном рынке, способно оказать двойственное социально-экономическое влияние.

Неоспоримым фактом является то, что развитая гостиничная отрасль в одинаковой степени выгодна как частному бизнесу, так и государству и его населению. Она положительно влияет на имидж страны, состояние туристической сферы и иных отраслей экономики, международные отношения и культурные связи между странами. А сопутствующий ее совершенствованию мультипликативный эффект, заключающийся в первую очередь в мощном воздействии на занятость населения посредством создания новых рабочих мест и развитии инфраструктуры, повышает качество жизни людей.

Положительный эффект также связан с возможностью влияния мировых гостиничных корпораций, представленных в Беларуси, на парламент и правительство, а значит, и на экономику страны в целом посредством инициирования и лоббирования «правильных» экономических реформ. Ведь доходы отелей в большей степени зависят от таких факторов, как развитая инфраструктура и отсутствие барьеров для инвестиционных вложений.

Безусловно, наличие «здоровой» конкурентной среды является естественным катализатором развития гостиничного сервиса, совершенствования качества предоставляемых услуг и создания системы подготовки квалифицированных кадров.

Сотрудничество с международными операторами – это инвестиции и активный источник поступлений иностранной валюты, что имеет первостепенное значение для платежного баланса страны.

Приход на белорусский рынок международных гостиничных сетей повысит качество предоставляемых услуг благодаря возможности использования гостиницами Беларуси зарубежного опыта. А привлечение к управлению гостиницей международного оператора позволит динамично интегрироваться в международные гостиничные сети и получить доступ к международным системам бронирования.

Говоря об обратной стороне рассматриваемого процесса, необходимо отметить, что экспансия международных гостиничных операторов заставит местных игроков задуматься над эффективностью управления объектами в целях успешного конкурирования.

Приоритетными направлениями развития рынка гостиничных услуг при эмансипации его международными гостиничными сетями должны стать следующие:

● соответствие предложения гостиничных объектов рыночному спросу. В связи с этим актуальным остается вопрос о перспективах дальнейшей «востребованности» вводимых в эксплуатацию гостиничных объектов к чемпионату мира по хоккею в 2014 г.;

● изменение целей инвестиционной экспансии международных гостиничных корпораций: перенос центра тяжести на инвестиции в средние и малые гостиницы, от верхних слоев рынка к нижним сегментам (гостиницы двух- и трехзвездочные);

● совершенствование системы гостиничного размещения туристов, а именно модернизация и реконструкция отдельных номеров или гостиниц с увеличением набора услуг согласно международному классификатору и доведением стандартов проживания и обслуживания до уровня четырех- и пятизвездочных отелей, что соответствует целям Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы[9];

● заимствование международной практики и создание национальных гостиничных сетей, успешно конкурирующих с интернациональными монополиями. Промедление в этом вопросе может привести к полному заполнению рынка иностранными компаниями. Эта тенденция имеет ближайшую перспективу, поэтому национальным компаниям необходим тщательный анализ возможных вариантов рыночных действий и ситуаций. Национальный оператор может воспользоваться преимуществом осведомленности об особенностях гостиничного бизнеса и знаниями национального законодательства. Сегодня делаются первые шаги в этом направлении ТЭУП «Беларустурист»[10];

● формирование сегмента рынка гостиничных услуг Беларуси, который составят гостиницы, расположенные в малых городах и курортных поселках, а также сельские гостиницы. Это удовлетворит существующий в регионах недостаток в размещении туристов, а также будет способствовать избавлению столицы от перенасыщения. Размещение малых гостиниц в регионах является конкурентным преимуществом для белорусских гостиничных предприятий.

Реализации данного направления поспособствует планируемое увеличение количества курортных поселков, которое станет возможным благодаря снятию законодательных ограничений по численности населения для населенных пунктов, намеренных получить такой статус (не менее 2 тыс. чел.)[11]. На сегодняшний день в Беларуси только один курортный поселок – Нарочь.

Значительную роль в усилении экспансии в регионы может сыграть и активизация иностранных гостиничных операторов. Уже сегодня следует предлагать западным операторам вхождение в наиболее привлекательные региональные проекты, позиционирующиеся в среднем сегменте гостиничного рынка;

● использование франчайзинга как способа обеспечения «доступности» для малых и средних национальных гостиниц тех преимуществ, которыми обладают крупные гостиничные цепочки-объединения. Однако с операторами необходимо уметь строить отношения. Привлеченный международный оператор будет настаивать на собственных высоких стандартах. В свою очередь, такого рода сотрудничество позволяет гостинице быстрее интегрироваться в международные гостиничные сети; гарантирует узнаваемость бренда; предоставляет доступ к международным системам бронирования;

● приведение тарифов стоимости проживания в гостиницах в соответствие с международной классификацией и уровнем предоставляемого сервиса;

● проведение международных семинаров по обучению и повышению квалификации персонала гостиниц.

[1] См.: Отель Crowne Plaza открылся в Минске // Новости Беларуси [Электронный ресурс]. 2008. Режим доступа: http://news.kuda.ua/24769. Дата доступа: 02.07.2012.

[2] См.: Международные гостиничные сети, несмотря на кризис, интересуются белорусским рынком [Электронный ресурс]. 2008. Режим доступа: http://bdg.by/news/finance/5325.html. Дата доступа: 02.07.2012. Турция планирует строить в Беларуси гостиничные сети // БЕЛТА Новости Беларуси [Электронный ресурс]. 2011. Режим доступа: http://www.belta.by/ru/all_news/society/Turtsija-planiruet-stroit-v-Belarusi-gostinichnye-seti_i_580620.html. Дата доступа: 02.07.2012.

[3] См.: Появятся ли в Минске мировые гостиничные бренды // Новости [Электронный ресурс]. 2012. Режим доступа: http://prohotel.ru/news-185926/0/. Дата доступа: 02.07.2012.

[4] См.: 22 отеля откроют двери к чемпионату мира по хоккею 2014 в Минске // Новости [Электронный ресурс]. 2011. Режим доступа: http://hockey2014.by/news/65. Дата доступа: 02.07.2012.

[5] Там же.

[6] См.: К ЧМ-2014 в Минске построят и реконструируют 20 гостиниц // Новости [Электронный ресурс]. 2010. Режим доступа: http://hockey2014.by/news/5. Дата доступа: 02.07.2012.

[7] См.: Гостиницы Варшавы [Электронный ресурс]. 2012. Режим доступа: http://www.warszawa.ru/hotel_all.html. Дата доступа: 02.07.2012.

[8] См.: Отель «Европа» присоединился к международной сети Warwick International Hotels // Туризм [Электронный ресурс]. 2011. Режим доступа: http://naviny.by/rubrics/tourism/2011/04/18/ic_news_126_366126/. Дата доступа: 02.07.2012.

[9] См.: Об утверждении Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 24 марта 2011 г., № 373 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2011. 5/33538.

[10] См.: IX туристский конкурс «Познай Беларусь». Победители [Электронный ресурс]. 2011. Режим доступа: http://belarustourism.by/belarus/competition/winners/. Дата доступа: 02.07.2012.

[11] См.: О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «Об административно-территориальном делении и порядке решения вопросов административно-территориального устройства Республики Беларусь»: информация по проекту Закона Республики Беларусь / Палата представителей Национального собрания Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2011. Режим доступа: http://house.gov.by/index.php/,5654,29007,,,0,0,0.html. Дата доступа: 02.07.2012.

Поступила в редакцию 05.09.12.

Аль-Робаи Ааливи Салем Карар – аспирант кафедры международных экономических отношений. Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор А. Е. Дайнеко.

Н. Н. ОЛЕШКЕВИЧ

РОЛЬ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Рассматриваются состав и значение традиционных факторов производства «земля», «труд» и «капитал». Анализируется фактор производства «информация», ее качественные характеристики. Дана оценка потребительской полезности информации и эффективности ее использования на предприятии. Представлена марксистская модель расчета стоимости произведенного товара, а также предложен способ ее модификации с учетом факторов информации и предприимчивости.

The structure and value of traditional factors of manufacture «ground», «work» and «capital» is considered. The factor of manufacture «information», its qualitative characteristics is studied. The estimation of consumer utility of the information and efficiency of its use at the enterprise is offered. The Marxist model of calculation of cost of the made goods is presented. And also the way of its updating in view of factors of the information and enterprise is offered.

Для удовлетворения возрастающих потребностей человека и общества необходимы экономические блага, которые являются результатом созидательной деятельности человека. Чтобы их получить, используются *экономические ресурсы* – совокупность возможностей и предпосылок, имеющихся в распоряжении общества и необходимых для создания экономических благ с целью удовлетворения потребностей[1]. Категория «экономические ресурсы» по своему содержанию шире категории «факторы производства». *Фактор производства* – это та часть экономических ресурсов, которая непосредственно вовлекается в процесс производства или используется в качестве его условий[2].

Количественное несовпадение обусловлено в первую очередь тем, что вовлечение в сферу производства всех имеющихся экономических ресурсов не является главной задачей общества и производства.

Факторов, которые используются для производства продукта, большое количество. Причем для изготовления каждого продукта существует свой набор факторов. Поэтому для эффективного учета множества разнообразных факторов производства их необходимо классифицировать. Существуют различные подходы к классификации.

В марксистской теории выделяют личный и вещественный факторы производства. В качестве *личного фактора* производства всегда рассматривается рабочая сила – совокупность физических и интеллектуальных способностей человека к труду. В качестве *вещественного фактора* принимаются в совокупности все средства производства[3].

В маржиналистской теории факторы производства подразделяются на материальные и человеческие. В рамках данной теории традиционно выделяют четыре группы факторов производства: землю, труд, капитал, предпринимательскую способность.

Различие указанных подходов к классификации факторов производства заключается в следующем. Во-первых, марксизм исходит из того, что факторы производства как экономическая категория определяют социальную направленность производства. Во-вторых, маржиналисты под капиталом понимают средства и предметы труда, а природные условия выделяют в особый фонд. Марксисты объединяют природные условия, средства труда и предметы труда в единый вещественный фактор.